

不動産コンサルタントが教える

仲介会社との 上手な付き合い方

第33回

繁忙期前に やっておくべきこと

入れてくれた仲介担当者に、今年も頑張ってもらいたい。このような発想を、多くのオーナーが抱きます。いわば「なじみの仲介会社に」という願望です。

今年も間もなく繁忙期シーズンに突入します。入居者からの解約予告情報が届きはじめ、早期埋め戻しを実現せねばと、客付け活動に余念がないオーナーも、数多くいらっしゃると思います。

今回のコラムでは、繁忙期中に一人でも多くの仲介担当者、物件を紹介してもらうために、今こそやっておくべき点についてお話ししたいと思います。

リピーターになつてもらえる
仲介担当者リストを精査

「過去に内見、申し込みを

入れている仲介担当者、今年も頑張ってもらいたい。このような発想を、多くのオーナーが抱きます。いわば「なじみの仲介会社に」という願望です。

本コラムで過去にも紹介したことがあります。仲介担当者の勤続年数は非常に短く、3年未満が約50%、1年未満も15%になります。仲介担当者の給与体系はインセンティブ比率が高いので、稼ぎ時の昨年の繁忙期を終え、転職してしまっている人も多数いるはずです。

まずは、手元にある、過去にやり取りした担当者の名刺リストや反響履歴を基に、直接電話をかけて、まだ働いているかを確認してみましよう。担当者が残っている場合には昨年のお礼を伝え、その後、募集資料を訪問して渡すか、FAX送付しましょう。もし、過去にやり取りした担

当者が退職してしまっているようであれば、店舗へ訪問営業し、新たな担当者に物件を認知してもらい、名刺を獲得しましょう。

繁忙期は空室情報が増え、BtoBサイト（レインズ等）へ掲載するだけでは、埋もれてしまい、あなたの物件を認知してもらえない確率は、仲介担当者の検索条件次第になります。

見込み客が来店する確率の高い仲介店舗で働く担当者の連絡先（アタックリスト）が手元にあるのであれば、オーナー主導の営業（電話、FAX、メール）が可能になります。BtoBサイトへ掲載して、仲介担当者が物件を認知してくれるのを期待するのではなく、プッシュ型の営業こそが、繁忙期には最も重要になります。今すぐにも手元のリストを精査して、営業を開始しましょう。

内見↓申込↓契約のフローを
わかりやすく事前に伝える

東京都内の仲介会社では、通常、来店客1人あたりに対し、約60分で2〜3部屋のお部屋を紹介（内見時間含む）するのが平均です。一方、繁忙期は1人の来店客に対し、100分から120分の時間をかけます。（筆者経営企業によるアンケート調査結果）

忙しい仲介会社の現場では、「いかにスムーズに内見から契約までもつていけるか」という、時間帯効果を強く意識します。

内見時の鍵の所在や、審査基準、審査回答期日等、紹介しやすい物件か、しにくい物件かを、募集条件ではない部分で判断されてしまうこともあるのです。

筆者経営企業のコンサルティング先では、内見から契約までのフローを記載した、ガイドブックを製作しています。「内見方法」「審査基準」「審査結果回答時間」等を事前に告知して、「無駄なことに時間がかからない、紹介し

やすい物件」をアピールした結果、仲介会社のイメージアップにつながり、紹介頻度向上につながったこともありま

す。繁忙期対策に重要なことは、1人でも多くの仲介担当者にダイレクトにプッシュ営業を実行する。そして、多忙な仲介担当者を、営業アシストするくらいの思いやりが求められます。

リーシング・マネジメント・コンサルティング

齊藤晃一 代表取締役社長

Profile

コンサルティング会社で、大手飲料メーカー、大手製菓会社をはじめとするダイレクトマーケティング事業の新規参入戦略および実行支援を多数経験。その後、(株)ウェブクルー（東証マザーズ8767）で新規事業企画室長として新規事業の立ち上げ、M&Aなどを経験。現在は不動産ファンドやJ-REITの空室対策コンサルティングに携わる。著書に「本気で満室稼働を考える人だけが読む本」。

URL : <http://www.lmc-c.co.jp/>